

C&S, VOL. 35, N. 1, JUL./DEZ. 2013

Editorial

Apresentamos mais uma edição da *Comunicação & Sociedade*, encerrando o ano de 2013, com ensaios, artigos e resenhas que ajudam a problematizar e consolidar o campo da comunicação. A C&S, vinculada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo e classificada como B1 no Qualis Periódicos, completa 35 anos de existência. Estamos em constante aprimoramento, buscando sempre o maior rigor científico e cuidado com os textos de nossos colaboradores durante o processo de avaliação. Priorizamos trabalhos que revelam preocupação com os processos comunicacionais, com as mudanças e os impactos na sociabilidade. Assim, temos, não somente uma revista genuína com alto nível de investigação, mas também uma publicação que traz reflexões sobre a área da comunicação, suas múltiplas intersecções e abordagens.

Abrimos a presente edição em grande estilo com dois ensaios escritos por professores do Programa de Pós-graduação da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp) e que apresentam discussões que se fazem necessárias para o aprimoramento de nossos estudos. No primeiro deles, "Os processos comunicacionais na historiografia brasileira", o professor José Marques de Melo trata das relações entre comunicação e história no espaço contemporâneo, enquanto

José Salvador Faro em "Imediatismo e formação cultural no ensino do jornalismo" discute as linhas pedagógicas e filosóficas das novas diretrizes curriculares para a graduação em Jornalismo e como podem agravar a crise de identidade do campo profissional.

A seção de artigos tem início com o artigo do professor da Universidade Tuiuti do Paraná Carlos Marquioni "Interatividade plena na TV digital terrestre brasileira: por uma abordagem teleológica e cultural", que propõe uma base conceitual para entender a interatividade no sistema digital.

Abordando a folkcomunicação, a partir do repertório de Luiz Beltrão, a pós-doutoranda em jornalismo Isabel Amphilo relaciona Comunicação, Antropologia e Sociologia para compor um modelo de análise para a comunicabilidade do fato folclórico e das práticas culturais no seu artigo intitulado "Fundamentos teóricos da folkcomunicação".

Na sequência está o trabalho "Um raio X dos jornalistas de ciência: há uma nova 'onda' no jornalismo científico no Brasil?", escrito pelos pesquisadores da Fundação Oswaldo Cruz Luisa Massarani e Luis Amorim, junto com o professor da Escola de Economia de Londres Martin Bauer, que busca entender "quem são os profissionais de mídia que cobrem atualmente os temas ciência e tecnologia no Brasil, bem como quais são suas condições e práticas de trabalho".

As pesquisadoras da Universidade de Aveiro, em Portugal, Ana Luisa Melro e Lídia Oliveira da Silva, discutem a penetração das novas mídias nas sociedades tradicionais portuguesas no trabalho "Penetração dos novos *media* no quotidiano de três gerações residentes no meio rural português: breve reflexão histórica".

Já na seara da publicidade, o artigo do professor Gino Giacomini Filho e da mestre Rosangela Orlandi, da Universidade Municipal de São Caetano do Sul,

"Publicidade de moda e a tipologia adultizada da criança", traz importante investigação sobre a representação social da criança nas publicidades de moda constantes na revista *Vogue Kids Brasil*.

A parceria dos norte-americanos da Universidade da Flórida, Belio Martinez e Andrew Selepak, rende o artigo de perspectiva diferenciada "Poder e violência nas letras das músicas dos Angry Arians: uma estratégia de comunicação para recrutamento e formação de identidade coletiva no Movimento da Força Branca", que analisa, com apoio da Teoria da Convergência Simbólica, as letras de música de bandas *skinheads* mais populares dos EUA e suas estratégias para formação de uma identidade coletiva baseada na violência e intimidação de grupos minoritários. O professor Belio Martinez proferiu aula magna na Universidade Metodista na abertura do segundo semestre letivo de 2013 e pode evidenciar suas pesquisas.

A revista *Veja* e seu sucesso comercial e discursivo nas perspectivas econômicas, políticas e culturais são apresentados por Ana Luiza Coiro e Patricia Regina Shuster, da Universidade Federal de Santa Maria, no artigo "Veja: como a publicação tornou-se hegemônica no mercado editorial brasileiro".

Na sequência temos o cuidadoso trabalho "A tríplice mimesis como inspiração metodológica para a análise de produtos culturais", de Carlos Alberto de Carvalho e Guilherme Carneiro de Sant'Ana, respectivamente professor e orientando na Universidade Federal de Minas Gerais. Os autores propõem a noção de Paul Ricoeur para analisar o cinema como produção cultural, em uma tentativa de fugir de análises fílmicas tradicionais que usam ideias imprecisas de arte e situam o filme como "unidade autônoma, desvinculada da dinâmica social".

A doutoranda Elane de Abreu de Oliveira, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, assina o penúltimo artigo da edição, "Imagens banais e revelatórias: dilemas e desejos das fotografias como resto", que estuda as imagens dos fotógrafos Antonio Saggese e Robert Polidori, que representam os vestígios e ações humanas do dia a dia.

Rebeca Recuero Rebs, doutoranda da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, encerra a seção de artigos com "A identidade pelo texto em *social games*", que parte do pressuposto de que, a partir do texto produzido no ciberespaço, é possível levantar pistas importantes sobre a identidade dos sujeitos da atualidade, e realiza um estudo observacional dos jogadores *online* que corrobora sua hipótese.

Por fim, publicamos duas resenhas dos discentes de pós-graduação da Umesp, Ana Maio e Marcelo Volpato. A primeira delas, "Olhares diferenciados x coesão conceitual", trata da obra organizada por Ivone Oliveira e Fabia Lima: *Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional*, editada em 2012. Já "Hip-hop: quando a música torna-se comunicação contra-hegemônica" resenha a obra de 2011 *Brasil periferia(s): a comunicação insurgente do hip-hop*, de Andreia Moassab.

É todo esse conteúdo, riqueza de abordagem e diversidade de pesquisas que compõem mais esta edição da C&S. Esperamos que os textos sejam apreciados, discutidos, criticados e que provoquem novas e constantes pesquisas para consolidação do campo comunicacional.

Elizabeth Gonçalves - editora
Katarini Miguel – editora assistente